



CÓDIGO DE CONDUTA
PARA A SATISFAÇÃO
DO **CLIENTE**

winning

ÍNDICE

OBJETIVO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE.....	3
EXCEÇÕES.....	3
TERMOS E DEFINIÇÕES.....	3
QUEM SOMOS.....	4
Visão.....	4
Missão.....	4
Valores.....	4
PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO COM O CLIENTE.....	5
Respeito pelo cliente.....	5
Qualidade no serviço ao cliente.....	5
Conhecimento sobre o cliente.....	5
Compromisso com o cliente.....	5
PROMESSAS.....	6
PROTEÇÃO À INFORMAÇÃO DE CLIENTES E PARCEIROS COMERCIAIS.....	8
COMUNICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE.....	8
QUESTÕES, RECLAMAÇÕES OU COMENTÁRIOS.....	8
INCUMPRIMENTOS.....	9

OBJETIVO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

O presente Código de Conduta para a Satisfação do Cliente espelha o compromisso da Winning em garantir o cumprimento de um dos seus principais objetivos: a elevada satisfação e fidelização dos seus *stakeholders* no âmbito dos serviços prestados (consultoria, formação e *time&materials*).

Este compromisso da empresa enquadra-se como mobilizador, promovendo a melhoria contínua, e alicerçando tal compromisso num conjunto de princípios e de promessas, que constam neste Código, e que visam cumprir os requisitos de satisfação do cliente vigentes na NP ISO 10001:2020.

EXCEÇÕES

Dado que se aplica à generalidade dos *stakeholders*, produtos e serviços da Firma, o presente Código de Conduta não apresenta quaisquer exceções.

TERMOS E DEFINIÇÕES

Time&Materials – Prestação de serviços de extensão de equipas, através da identificação de profissionais adequados (em virtude das suas qualificações e experiência profissional) a posições em clientes.

Reclamante – Pessoa, organização ou quem os represente, que apresenta uma reclamação (Fonte: NP ISO 10001:2020).

Reclamação – Expressão de insatisfação apresentada a uma organização, relacionada com o seu produto ou serviço, ou com o próprio processo de tratamento de reclamações, relativamente à qual é esperada, explícita ou implicitamente, uma resposta ou resolução (Fonte: NP ISO 10001:2020).

Satisfação do Cliente – Perceção do cliente quanto ao grau de satisfação das suas expectativas (Fonte: NP ISO 10001:2020).

winning

QUEM SOMOS

Visão

Somos uma equipa com experiência consolidada no mercado nacional e internacional no âmbito de serviços de consultoria e formação de gestão. A nossa visão é que cada cliente e cada colaborador encontre na Winning o caminho para o seu sucesso. **BECOME WINNERS. TOGETHER.**

Missão

A nossa missão é atuar cientificamente junto dos nos nossos clientes. Acreditamos que a resolução de problemas é conseguida através do conhecimento científico e aplicamos e entregamos análises detalhadas com base em evidências, para oferecer aos nossos clientes soluções simples, porém sofisticadas. **WE DELIVER COMPLEX PROBLEM SOLVING.**

Valores

Pautamo-nos por valores de paixão por aquilo que fazemos, colocando sempre o máximo do nosso *know-how*, *expertise* e empenho em cada desafio, dando sempre lugar a que todos participem e se envolvam, dentro de uma postura de máximo profissionalismo, respeito e equidade.

- *We deliver results through **Passion.***
- *We improve your **Performance.***
- *We create **Predictability.***
- *We value your **Participation.***
- *We do it with **Positive beliefs.***

PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO COM O CLIENTE

Os Princípios da Relação com o Cliente espelham o compromisso da Winning em garantir a qualidade nas suas linhas de serviço, o respeito e a máxima satisfação do cliente.

Respeito pelo cliente

1. As decisões tomadas pela Firma priorizam a resposta às necessidades dos clientes, e não a persecução de políticas ou interesses internos.
2. As novas ideias ou sugestões dadas pelos colaboradores são usadas para melhorar os produtos e os serviços prestados ao cliente.
3. O *feedback* dos clientes é utilizado no processo de desenvolvimento ou melhoria de produtos e serviços da empresa.
4. Quando são identificados problemas de qualidade com o cliente, a empresa age rapidamente para os solucionar e procura compreender e mitigar as consequências resultantes dos mesmos.

Qualidade no serviço ao cliente

5. A empresa faz regularmente a avaliação de satisfação dos clientes para determinar a qualidade dos seus produtos e/ou serviços.
6. As reclamações dos clientes são regularmente analisadas de modo a identificar problemas de qualidade e oportunidades de melhoria.
7. Existem grupos de trabalho que se reúnem regularmente para propor soluções, conceitos, ideias ou processos, para atender às especificações e necessidades dos clientes, e para melhorar a eficácia e a eficiência.

Conhecimento sobre o cliente

8. Regularmente, as várias áreas da empresa reúnem-se, para partilhar informações sobre os clientes, discutir novas tendências e desenvolvimentos necessários de produtos e/ou serviços.
9. A empresa procura frequentemente novas formas de prestar um melhor serviço ao cliente, munindo-se de boas práticas de referência, do seu conhecimento e da sua experiência na entrega de soluções.
10. As diferentes áreas da empresa cooperam entre si para alcançar as metas comuns de satisfação do cliente.
11. As áreas de suporte, não tendo contato direto com os clientes, procuram contribuir para a qualidade dos serviços prestados recorrendo à otimização e agilização das suas tarefas.

Compromisso com o cliente

12. As propostas de prestação de serviços consideram a avaliação de capacidade e recursos da empresa em corresponder às promessas realizadas.
13. As promessas feitas aos clientes são sempre cumpridas e somos previsíveis na qualidade dos serviços que prestamos.
14. A empresa não promete aos clientes mais do que é capaz de cumprir.
15. A empresa rege-se por valores de independência e idoneidade na prestação dos seus serviços, mesmo quando isso implica tomar posições e comunicar mensagens ao cliente que vão contra as suas expectativas iniciais.

Consultoria

1. Garantir que os entregáveis são de qualidade superior. **Monitorização:** nível médio de qualidade dos entregáveis dos projetos. **Meta:** ≥ 4 .
2. Cumprir com os prazos estabelecidos na proposta adjudicada e aprovada pelo cliente. **Monitorização:** nível médio de cumprimento dos *timings* dos projetos. **Meta:** ≥ 4 .
3. Um eventual atraso num projeto será acordado com o cliente em sede de reunião de gestão do projeto. **Monitorização:** nível médio de cumprimento dos *timings* do projeto. **Meta:** ≥ 4 .
4. Utilizar o *feedback* e pontos de melhoria identificados pelo cliente para efeitos de melhoria contínua. **Monitorização:** percentagem de projetos com elaboração de *case study* e percentagem de projetos com elaboração de lições aprendidas. **Meta:** 100%.

Formação

5. Os nossos formadores detêm uma vasta experiência profissional e um conhecimento abrangente sobre os temas a lecionar, promovendo dinâmicas de sala pedagógicas. **Monitorização:** nível médio de desempenho do formador. **Meta:** > 7 .
6. Os conteúdos da formação têm utilidade prática e são adequados às necessidades e expectativas dos formandos. **Monitorização:** nível médio dos conteúdos da formação. **Meta:** > 7 .
7. Garantir que a documentação e os meios de suporte utilizados são adequados e alinhados com as boas práticas de mercado. **Monitorização:** nível médio dos suportes pedagógicos da formação. **Meta:** > 7 .
8. Garantir que a formação é ministrada com a máxima qualidade constituindo-se uma ferramenta para o desenvolvimento de conhecimentos e potenciação do desenvolvimento profissional. **Monitorização:** nível médio da avaliação global das ações de formação. **Meta:** > 7 .

Time&Materials

9. Encontrar um perfil adequado para as posições pedidas pelo cliente. **Monitorização:** percentagem de posições pedidas pelo cliente para as quais a Winning tem perfis adequados. **Meta:** $\geq 50\%$.
10. Garantimos um elevado nível de aceitação dos perfis Winning. **Monitorização:** percentagem de perfis contratados face às posições pedidas pelo cliente. **Meta:** $\geq 10\%$.

11. Garantir a substituição de um colaborador que não se enquadre nas necessidades de um cliente. **Monitorização:** nº de dias de calendário até nova colocação. **Meta:** ≤ 30.

PROTEÇÃO À INFORMAÇÃO DE CLIENTES E PARCEIROS COMERCIAIS

A Winning compromete-se a proteger e tratar de forma confidencial todos os dados e informações dos seus clientes e parceiros comerciais, utilizando-os adequadamente.

Tendo presente este objetivo, a Winning continua a atualizar os seus sistemas e tecnologias de informação, bem como a capacitar apropriadamente os seus colaboradores.

As informações dos clientes e parceiros comerciais são protegidas, assegurando-se que as mesmas sejam única e exclusivamente partilhadas com as pessoas envolvidas no processo.

Em caso de dúvidas relacionadas com o uso apropriado das informações, consulte o seu gestor.

COMUNICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

O Código será apresentado ao cliente antes da adjudicação formal da prestação de serviços Winning.

QUESTÕES, RECLAMAÇÕES OU COMENTÁRIOS

As questões ou comentários relacionados com o âmbito da prestação de serviços devem ser dirigidas ao gestor designado para o serviço. Alternativamente, poderão ser enviadas para o endereço de correio eletrónico qualidade@winning.pt.

Para este endereço de correio eletrónico deverão também ser enviados comentários, questões ou sugestões sobre este código de conduta. Todas serão consideradas e a respetiva resposta será sempre enviada.

As reclamações dos clientes devem ser endereçadas ao seu ponto de contato na Winning , via e-mail, carta ou contato telefónico ou através do Livro de Reclamações *online*, cujo *link* de acesso se encontra disponível no *website* da Winning. Em alternativa, nas ações de formação em regime presencial, o reclamante pode ainda solicitar ao Gestor de Formação uma Ficha de Registo de Reclamação.

INCUMPRIMENTOS

No sentido de acautelar e resolver um possível incumprimento face a uma das promessas acima expostas, a Winning prevê as seguintes soluções para o caso da não satisfação do cliente:

Promessa	Solução no caso de não satisfação	Responsável
1	Adaptar os entregáveis ao <i>feedback</i> do cliente	Sócios
2, 3	Ajustar calendário devido a eventuais imprevistos	Sócios
4	N/A	N/A
5, 8	Substituir formador	Sócios
6, 8	Reformular conteúdos e casos práticos	Sócios
7	Adaptar à eventual ferramenta do cliente	Sócios
9, 10	Informar o cliente que não conseguimos encontrar o perfil indicado	Sócios
11	Substituir recurso alocado no cliente	Sócios

À promessa 4, referente à utilização do *feedback* e pontos de melhoria identificados pelo cliente para fins de melhoria contínua, não se aplicam soluções no caso de não satisfação, uma vez que esta promessa não impacta diretamente o cliente no decorrer da prestação de serviços.

Os responsáveis pelo planeamento e acompanhamento destas soluções são os Sócios, enquanto responsáveis dos setores de mercado e indústrias de atuação da Winning.

Sempre que se verificar a não satisfação de uma promessa, o Sócio responsável informará o *Quality and Compliance Office*, que registará a não conformidade, analisará as causas da mesma e determinará da forma que entender mais adequada, junto dos colaboradores envolvidos, o plano de ação.

Da avaliação da eficácia das ações empreendidas será feita uma análise quanto à necessidade de atualizar os riscos ou de proceder a alterações adicionais no Sistema de Gestão da Qualidade.